

BAB III METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:2) metode penelitian didefinisikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri – ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah – langkah tertentu bersifat logis dan R dan D berbeda, tetapi semuanya sistematis sehingga berdasarkan tujuan dan bentuk kerangka konseptual penelitian ini adalah dengan menggunakan metoda penelitian kuantitatif dan strategi yang digunakan adalah strategi asosiatif, hal ini untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X_1), citra perusahaan (X_2) dan kepercayaan (X_3) terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan operator seluler XL Axiata.

3.2. Populasi dan Sampel penelitian

3.2.1. Populasi penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:80). Berdasarkan teori tersebut itu, maka yang akan menjadi populasi umum adalah pelanggan yang datang atau pernah datang ke konter handphone Opini Cell dan yang akan menjadi populasi sasaran adalah pelanggan yang pernah atau masih aktif menggunakan operator seluler XL Axiata sebagai

pilihan mereka saat datang ke konter handphone Opini Cell dalam membeli pulsa, paket data atau membeli kartu perdana baru.

3.2.2. Sampel penelitian

Menurut Sugiyono (2017:81), sampel penelitian adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sampling sistematis dimana teknik ini adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi.

Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Dalam penentuan sampel jika populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui, maka menurut (Arikunto:2013) digunakan rumus:

$$n = \frac{Z^2}{4 (Moe)^2} \dots\dots\dots(3.1)$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel sebesar 95%

Moe = *Margin of error Max*, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan. Dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau Z=1 dan Moe sebesar 10 % maka jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96}{4 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{(0,04)^2}$$

$$n = 96,04 \text{ atau dibulatkan } 97$$

Dari hasil perhitungan diatas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96,04 dibulatkan menjadi sebanyak 97 responden, dikarenakan ini merupakan variabel. Variabel diskrit adalah variabel yang data datanya berupa nilai bilangan bulat dan nilai nilai tersebut hanyalah sebagai label sehingga tidak dapat digunakan untuk menghitung.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan tipe *purposive sampling*, yang artinya responden dipilih secara sengaja atau khusus dengan pertimbangan tertentu dan berdasarkan ciri-ciri yang sekiranya memiliki hubungan erat dengan kriteria yang diinginkan dalam penelitian ini. Responden yang diinginkan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah atau masih menggunakan kartu seluler XL Axiata di Opini cell.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Menurut Chandrarin (2017:123) data primer yaitu data yang berasal langsung dari objek penelitian atau responden. Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh jawaban dari setiap responden mengenai pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Operator seluler XL Axiata pada masyarakat yang melakukan pembelian kartu perdana,pulsa dan paket data internet di konter dan lingkungan Opini cell.

Metoda pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a) Observasi

Metoda Observasi merupakan proses untuk memperoleh data dari tangan pertama dengan mengamati orang dan tempat pada saat dilakukan penelitian.

b) Kuesioner

Metoda pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi pernyataan atau kuesioner beserta jawabannya kepada responden (Sugiyono,2017:137).

Data yang diperoleh kemudian diolah oleh peneliti menggunakan program SPSS (*Statistical Package the Social Sciences*) versi 22.0. Periode penelitian dari bulan juni sampai dengan Agustus 2019. Cara ini dipilih oleh peneliti karena dirasa cukup efisien.

2. Data Sekunder

Menurut Chandrarin (2017:124) data sekunder yaitu data yang berasal dari pihak atau lembaga yang telah menggunakan atau mempublikasikannya. Data sekunder dapat diperoleh dari sumber sumber lain yang sudah ada dan dapat dilakukan dengan cara membaca, memahami, dan mempelajari buku literatur, jurnal-jurnal yang akan mendukung, artikel-artikel yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan serta loyalitas pelanggan, dan hal-hal yang terkait lainnya yang membahas tentang informasi Operator Seluler yang terkait dengan penelitian ini.

3.4. Intrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan skala Likert yang setiap jawaban dari kuesioner ini menghasilkan skor seperti yang terlihat dalam instrumen dibawah ini:

Tabel 3.1 Nilai Pernyataan dan Bobot

No.	Pernyataan	Kode	Nilai Skor
1	Sangat Setuju	SS	4
2	Setuju	S	3
3	Tidak Setuju	TS	2
4	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono (2017:168)

Dalam penelitian ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian, dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Indikator-indikator yang digunakan untuk penyusunan kuesioner dapat dilihat pada Tabel berikut ini :

No	Indikator	Sub Indikator	No. Item
1.	Bentuk Fisik	Fasilitas memadai yang menunjang Service center	1
		Tower BTS (Base Transceiver Station) yang tersebar diberbagai daerah di Indonesia	2
2.	Keandalan	Realisasi janji yang diberikan kepada pelanggan	3
		Kesigapan karyawan (call centre dalam membantu pelanggan)	4
3.	Daya Tanggap	Cara menghadapi keluhan dengan baik dan cepat	5
		Menyampaikan informasi dengan jelas	6
4.	Jaminan	Pengetahuan karyawan (call centre) yang baik dalam memberikan pelayanan	7
		Sikap sopan karyawan (call centre)	8
5.	Empati	Perhatian perusahaan terhadap kepentingan setiap pelanggan	9

		Pemahaman terhadap kebutuhan spesifik pelanggan	10
--	--	-------------------------------------------------	----

Tabel 3.2. Variabel dan Sub Indikator Kualitas Pelayanan (X_1)

Zeithaml dan Berry dalam Lovelock et al (2010:154)

Tabel 3.3 Variabel dan Sub Indikator Citra Perusahaan (X_2)

No.	Indikator	Sub indikator	No. Item
1	Keramahan	Integrasi (kejujuran, tanggung jawab social , kepercayaan perusahaan dimata public)	11.
2	Kompetensi	Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan	12
3	Kegigihan Usaha	Modern/selaras dengan perkembangan zaman, imajinatif inovatif dan menarik	13
4	Keelokan	Ekklusif dan menarik	14
5	Informalitas	Easy going atau tidak kaku dalam memberikan pelayanan	15

Sumber : Warta (2017:77)

No.	Indikator	Sub Indikator	No. Item
1	Kepercayaan terhadap prioritas perusahaan	Percaya operator ini mengutamakan perhatian kepada pelanggan	16

2	Kepercayaan pada sistem pembayaran	Percaya sistem penagihan/biaya/tarif pada operator ini	17
3	Kepercayaan terhadap kejujuran perusahaan	Percaya bahwa operator yang digunakan saat ini tidak akan curang/ menipu pelanggan	18

Tabel 3.4 Variabel dan Sub Indikator Kepercayaan Pelanggan (X_3)

Menurut Qayyum dalam Fardani (2015)

Tabel 3.5 Variabel dan Sub Indikator Loyalitas Pelanggan (Y)

No	Indikator	Sub Indikator	No. Item
1	<i>Repeat Purchase</i> , yaitu kesetiaan terhadap pembelian produk	Akan terus menggunakan operator Seluler anda saat ini	19
2	<i>Retention</i> , yaitu ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan	Tetap memilih menggunakan Operator Seluler saat ini walaupun mendengar berita negatif tentangnya	20
3	<i>Referalls</i> , yaitu mereferensikan secara total esistensi perusahaan	Merekomendasikan Operator Seluler anda gunakan pada orang lain (teman atau kerabat)	21

Sumber : Kotler dan Keller (2012:57)

3.5. Metoda Analisis Data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistical Program for Social Sciences*). Hal ini dilakukan supaya dalam mengolah data statistik dapat lebih cepat dan tepat.

Dalam penyajian data pada penelitian ini berupa tabel dalam menjelaskan hasil penelitian yang akan diuji seperti hasil perhitungan melalui uji validitas dan reabilitas adalah analisis koefisien determinasi (parsial dan simultan).

Untuk mengetahui alat analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan Koefisien Determinasi (R^2). Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang di butuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Kelemahan mendasar dalam penggunaan koefisien determinasi adalah jumlah variabel independen yang di masukan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel independen. Oleh karna itu, banyak peneliti yang menganjurkan untuk menggunakan nilai adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik. Tidak seperti nilai R^2 , nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turunan apabila satu variabel independen di tambahkan ke dalam model. Koefisien determinasi ditanyakan dengan rumus.

3.5.1 Cara penyajian data

Dalam penyajian data pada penelitian ini berupa tabel dalam menjelaskan hasil penelitian yang akan diuji seperti hasil perhitungan uji

validitas dan reliabilitas adalah analisis koefisien determinasi parsial dan simultan.

3.5.2 Analisis statistik data

Analisis statistik data dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien korelasi (parsial dan berganda), analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

a. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh dalam menerangkan loyalitas pelanggan. Nilai koefisien determinasi antara nol sampai satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

1. Koefisien Determinasi Parsial (KDP)

Anwar Sanusi (2014) guna mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun berganda, akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus :

- a. KD parsial kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

$$KD_{1.23} = r_{y1.23}^2 \cdot 100\%$$

- b. KD parsial citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan

$$KD_{2.13} = r_{y2.13}^2 \cdot 100\%$$

- c. KD parsial kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

$$KD_{3.12} = r_{y3.12}^2 \cdot 100\%$$

2. Koefisien Determinasi berganda

Digunakan untuk mengetahui pengaruh antarakualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara bersamaan atau serentak. Akan digunakan rumus sebagai berikut :

$$KD_{123} = r_{y123}^2 \cdot 100\%$$

b. Uji Hipotesa

Pengujian Hipotesis, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara parsial (dengan uji t) maupun secara bersama-sama (dengan uji F).

Dalam penelitian ini, pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilihat dari koefisien determinasi (KD). Nilai KD merupakan kuadrat dari nilai koefisien korelasi (r^2). Oleh karena itu, dalam pengujian hipotesis ini dilakukan pengujian terhadap ρ .

1. Pengujian hipotesis secara parsial

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara parsial, sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis

- 1) Pengaruh X_1 (kualitas pelayanan) terhadap Y (loyalitas pelanggan).

$H_0: \rho_{Y1.23} = 0$: Koefisien korelasi populasi antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan tidak signifikan.

$H_a: \rho_{Y1.23} \neq 0$: Koefisien korelasi populasi antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan signifikan.

- 2) Pengaruh X_2 (citra perusahaan) terhadap Y (loyalitas pelanggan).

$H_0: \rho_{Y2.13} = 0$: Koefisien korelasi populasi antara citra perusahaan dengan loyalitas pelanggan tidak signifikan.

$H_a: \rho_{Y2.13} \neq 0$: Koefisien korelasi populasi antara citra merek dengan loyalitas pelanggan signifikan.

3) Pengaruh X_3 (kepercayaan) terhadap Y (loyalitas pelanggan)

$H_0: \rho_{Y3.12} = 0$: Koefisien korelasi populasi antara kepercayaan dengan loyalitas pelanggan tidak signifikan.

$H_a: \rho_{Y3.12} \neq 0$: Koefisien korelasi populasi antara kepercayaan dengan loyalitas pelanggan signifikan.

b. Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05)

c. Kriteria pengujian

H_0 ditolak, jika *Significance t* < 0,05

H_0 diterima, jika *Significance t* \geq 0,05

d. Menghitung nilai *significance t* diperoleh dengan perhitungan komputerisasi menggunakan program SPSS versi 22.0.

e. Kesimpulan

2. Pengujian hipotesis secara simultan

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara simulta, sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis

1) Pengaruh X_1 (kualitas pelayanan, X_2 (citra perusahaan), dan X_3 (kepercayaan) terhadap Y (loyalitas pelanggan).

$H_0: \rho_{Y123} = 0$: Koefisien korelasi populasi antara kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan dengan loyalitas pelanggan tidak signifikan.

$H_a: \rho_{Y123} \neq 0$: Koefisien korelasi populasi antara kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan dengan loyalitas pelanggan signifikan.

b. Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05)

c. Kriteria pengujian

H_0 ditolak, jika *Significance F* < 0,05

H_0 diterima, jika *Significance F* \geq 0,05

d. Menghitung nilai *significance F* diperoleh dengan perhitungan komputerisasi menggunakan program SPSS versi 22.0.

e. Kesimpulan

Jika hasil pengujian hipotesis, baik secara parsial maupun simultan. H_0 ditolak maka nilai KD dapat dipakai untuk menjelaskan adanya pengaruh perubahan variabel bebas tertentu (variabel bebas lain konstan) terhadap variabel terikat.